

## **1813 - RESTRIZIONI ALLE VENDITE ON LINE DI STUFE**

*Provvedimento n. 27142*

L'AUTORITÀ GARANTE DELLA CONCORRENZA E DEL MERCATO

NELLA SUA ADUNANZA del 18 aprile 2018;

SENTITO il Relatore Dottoressa Gabriella Muscolo;

VISTA la legge 10 ottobre 1990, n. 287 e, in particolare, l'articolo 14-ter introdotto dalla legge 4 agosto 2006, n. 248, che ha convertito con modifiche il decreto-legge 4 luglio 2006, n. 223;

VISTO l'articolo 101 del Trattato sul Funzionamento dell'Unione Europea (TFUE);

VISTO il D.P.R. 30 aprile 1998, n. 217;

VISTO il Regolamento n. 1/2013 del Consiglio del 16 dicembre 2002, concernente l'applicazione delle regole di concorrenza di cui agli artt. 81 e 82 del Trattato CE (ora 101 e 102 TFUE);

VISTA la propria delibera del 17 maggio 2017, con la quale è stata avviata un'istruttoria ai sensi dell'articolo 14 della legge n. 287/90 nei confronti della società Cadel S.r.l. per accertare l'esistenza di violazioni dell'articolo 101 del TFUE, in relazione alle condizioni commerciali relative alle vendite *online* applicate da tale società nei rapporti verticali con la propria rete di distributori;

VISTA la propria delibera del 19 luglio 2017, con la quale il procedimento è stato esteso alle società Zanette Group S.p.A. e MCZ Group S.p.A. e alle politiche commerciali relative alle vendite *online*, adottate da Zanette Group S.p.A. anche per il tramite di MCZ Group S.p.A. nell'ambito dei rapporti con i distributori dei prodotti a marchio MCZ, RED, SERGIO LEONI, J.CORRADI e ARCO, in quanto volte a limitare lo sviluppo concorrenziale del canale distributivo *online*;

VISTA la "Comunicazione sulle procedure di applicazione dell'articolo 14-ter della legge 10 ottobre 1990, n. 287", adottata nell'adunanza del 6 settembre 2012 e pubblicata sul Bollettino n. 35 del 17 settembre 2012;

VISTA la comunicazione del 25 ottobre 2017, con la quale la società Zanette Group S.p.A. e le società controllate MCZ Group S.p.A. e Cadel S.r.l. (di seguito congiuntamente il gruppo MCZ), hanno presentato impegni, ai sensi dell'articolo 14-ter della legge n. 287/90, secondo le modalità indicate nell'apposito "Formulario per la presentazione degli impegni ai sensi dell'articolo 14-ter della legge n. 287/90";

VISTA la propria delibera del 29 novembre 2017, con la quale è stata disposta la pubblicazione, in data 4 dicembre 2017, degli impegni proposti dalla società Zanette Group S.p.A. e dalle società controllate MCZ Group S.p.A. e Cadel S.r.l. sul Bollettino di cui all'articolo 26 della legge n. 287/90 e sul sito *internet* dell'Autorità, al fine di consentire ai terzi interessati di esprimere le loro osservazioni;

VISTA la propria comunicazione alla Commissione Europea, ai sensi dell'articolo 11, paragrafo 4, del Regolamento (CE) n. 1/2003;

VISTI gli atti del procedimento;

CONSIDERATO quanto segue:

### **I. LE PARTI**

1. Cadel S.r.l. (di seguito Cadel), con sede legale a Santa Lucia di Piave, è una società attiva nella produzione e nel commercio di apparecchiature per il riscaldamento e la cottura a pellet e a legna (segnatamente, di stufe e cucine economiche). Cadel, nel 2016, ha realizzato in Italia un fatturato pari a 16.984.396 euro.
2. MCZ Group S.p.A. (di seguito MCZ), società che controlla Cadel, è uno dei principali operatori europei nel settore del riscaldamento a biomassa attivo attraverso un ampio portafoglio di *brand* (tra cui Red, Sunday, Sergio Leoni, Arco e J.Corradi), distribuendo, in oltre 35 Paesi del mondo, i propri prodotti per il riscaldamento *indoor* (stufe, camini) e per la cottura *outdoor* (barbecue). Il fatturato realizzato da MCZ nel 2016 è stato pari a 76.606.843 euro.
3. Zanette Group S.p.A. (di seguito Zanette) è posta a capo del gruppo MCZ e controlla direttamente la società MCZ. Il fatturato realizzato in Italia dal Gruppo MCZ nel 2016 è stato pari a 3.870.799 euro.

### **II. LA SEGNALAZIONE**

4. In data 20 ottobre 2016 è pervenuta una segnalazione, da parte di un distributore attivo *online*, relativa alle politiche commerciali adottate da Cadel in relazione al proprio canale distributivo *online*. Il produttore citato avrebbe imposto ai rivenditori *online* il rispetto di determinati prezzi al pubblico, chiesto di limitare le vendite dei propri prodotti ai soli clienti siti sul territorio nazionale ed ostacolato la possibilità dei rivenditori di pubblicizzare la vendita dei prodotti Cadel su piattaforme telematiche. Nel caso di mancata osservanza delle indicazioni citate, il produttore avrebbe, altresì, minacciato il blocco delle forniture.

### III. LE CONDOTTE CONTESTATE

5. In data 17 maggio 2017 l'Autorità ha deliberato l'avvio di un procedimento istruttorio nei confronti della società Cadel, successivamente esteso anche alle società controllanti MCZ e Zanette<sup>1</sup>, volto ad accertare l'adozione da parte di tali operatori di politiche commerciali restrittive della concorrenza nei rapporti con i propri distributori *online*. In particolare, le condizioni commerciali adottate da tali operatori sarebbero consistite: *i*) nell'imposizione di prezzi minimi di vendita, ossia i prezzi di listino con l'indicazione di uno sconto massimo; *ii*) nei limiti posti alla validità della garanzia per i prodotti venduti all'estero<sup>2</sup>; e *iii*) nel divieto di consegna al di fuori del territorio italiano dei prodotti venduti *online*.

6. Nel provvedimento di avvio, integrato dal provvedimento di estensione sopra citato, è stato ipotizzato che tali comportamenti fossero suscettibili di costituire intese verticali in violazione dell'articolo 101 del TFUE, in quanto idonei a restringere la concorrenza fra i distributori sul prezzo e a limitare ingiustificatamente al solo territorio nazionale le vendite effettuate sul canale *online* ostacolando, per tale via, lo sviluppo concorrenziale del canale distributivo in esame.

### IV. I MERCATI RILEVANTI

7. Nel caso di specie, le condotte oggetto dell'istruttoria interessano i mercati della produzione e vendita *online* di apparecchiature per il riscaldamento e la cottura a legna e a pellet che, sotto il profilo geografico, possono considerarsi di dimensione quantomeno nazionale, in considerazione sia dell'ampiezza dell'ambito di operatività dei principali produttori che dell'organizzazione delle rispettive reti di vendita.

### V. GLI IMPEGNI PROPOSTI

8. In risposta alle criticità di natura concorrenziale sollevate dall'Autorità nel provvedimento di avvio del presente procedimento, il gruppo MCZ, in data 25 ottobre 2017, ha presentato impegni ai sensi dell'articolo 14-*ter* della Legge n. 287/90, consistenti, in sintesi:

a) nel non fissare in alcun modo, né direttamente né indirettamente, le politiche di prezzo praticate dai rivenditori al dettaglio dei propri prodotti anche se operanti sul canale *online* e nel non comprimere le modalità di promozione dei propri prodotti su *internet*, nel rispetto della tutela della sicurezza dei consumatori e/o della tutela dei marchi del gruppo;

b) nell'astenersi per un periodo di due anni dal raccomandare o consigliare prezzi di rivendita;

c) nell'inviare ai propri rivenditori comunicazioni contenenti le nuove politiche sulle vendite *online*, evidenziando: la totale autonomia dei distributori nella determinazione del prezzo finale di vendita dei prodotti del gruppo; la libertà di promozione dei prodotti e la possibilità di consegnarli all'estero, nel rispetto della tutela della sicurezza dei consumatori e/o della tutela dei marchi del gruppo. Le comunicazioni citate sono comprensive anche di una nuova statuizione in merito alla validità della garanzia convenzionale<sup>3</sup>.

Tali misure, ad eccezione di quella di cui alla lettera b), saranno applicate, senza limiti di tempo, in tutto il territorio europeo.

### VI. OSSERVAZIONI SUGLI IMPEGNI

9. Gli impegni citati sono stati sottoposti al *market test* dal 4 dicembre 2017 al 18 gennaio 2018. In tale periodo non sono pervenute osservazioni da parte di terzi interessati.

### VII. LA VALUTAZIONE DEGLI IMPEGNI

10. Le preoccupazioni concorrenziali che hanno dato luogo all'avvio dell'istruttoria riguardano la possibilità che, nell'ambito dei rapporti verticali con i propri distributori *online*, il gruppo MCZ abbia adottato, almeno a partire dal 2015, politiche commerciali relative alle vendite su *internet*, idonee a configurare possibili violazioni dell'articolo 101 TFUE, in quanto riconducibili ad ipotesi di imposizione di prezzi minimi di vendita (c.d. RPM) e ad altre restrizioni di natura territoriale legate da giustificazioni di natura qualitativa (limitazioni alla validità della garanzia convenzionale al di fuori dell'Italia e divieto di consegna dei prodotti Cadel all'estero).

11. Come si evince dagli impegni descritti in precedenza, il gruppo MCZ si obbliga a non: *i*) imporre direttamente e/o indirettamente alla propria rete di distributori il rispetto di prezzi di vendita per i propri prodotti; *ii*) limitare

---

<sup>1</sup> [Cfr. provvedimento n. 26693 del 19/07/2017, in Boll. n.30/2017.]

<sup>2</sup> [In particolare, la garanzia del produttore veniva meno per i soli prodotti venduti su *internet* al di fuori dell'Italia se il prodotto non era installato da un tecnico autorizzato dalla casa madre.]

<sup>3</sup> [La validità della garanzia convenzionale per i prodotti venduti via web, sia in Italia che all'estero, è adesso legata all'installazione da parte di tecnici abilitati ai sensi della normativa vigente. ]

ingiustificatamente la promozione e la vendita *online* dei propri prodotti al solo territorio italiano; iii) applicare, in chiave discriminatoria ed anticoncorrenziale, le garanzie convenzionali riconosciute.

**12.** Gli impegni presentati dal gruppo MCZ appaiono, pertanto, idonei ad eliminare le preoccupazioni concorrenziali oggetto del procedimento.

**13.** Con particolare riferimento all'ipotizzata condotta di RPM, il gruppo MCZ, oltre ad impegnarsi a non imporre ai propri distributori né direttamente né indirettamente i prezzi di vendita dei propri prodotti, ha previsto anche l'invio di una comunicazione informativa in modo da chiarire in via definitiva ai propri distributori che sono pienamente liberi di determinare le proprie politiche di prezzo (compreso, dunque, l'ammontare degli sconti da praticare al pubblico). L'insieme di tali misure appare idoneo a garantire l'effettiva libertà dei distributori nella determinazione del prezzo di rivendita dei prodotti del gruppo MCZ e, dunque, a favorire la competizione su una delle principali leve concorrenziali, ossia il prezzo, a beneficio, in ultima analisi, dei consumatori. Gli impegni citati appaiono, pertanto, idonei a far venire meno le preoccupazioni manifestate nel provvedimento di avvio relative ai possibili effetti restrittivi sulla concorrenza derivanti da un sistema di RPM. Occorre, altresì, osservare con favore che il gruppo MCZ si asterrà, per un periodo di due anni, anche dall'effettuare la mera raccomandazione dei prezzi di rivendita, contribuendo in tal modo a ripristinare in via ulteriore la competizione sui prezzi fra i distributori del gruppo.

**14.** Le Parti si impegnano, inoltre, a garantire ai propri distributori la libertà di promozione e vendita *online* dei prodotti del gruppo, compresa la possibilità di consegna all'estero dei beni citati. Si tratta di una misura che riveste particolare importanza al fine di garantire lo sviluppo pro-competitivo del canale di vendita *online*, che si caratterizza proprio per la possibilità di raggiungere un'ampia platea di consumatori anche al di fuori del territorio nazionale. Al riguardo, si rappresenta che le Parti si riservano di intervenire sulle modalità promozionali e di vendita *online* adottate dai distributori, laddove quest'ultimi non adempiano agli obblighi informativi, consistenti nell'inserimento, nei propri siti, delle informazioni relative alle modalità di installazione dei prodotti del gruppo MCZ. Sul punto si osserva che tale previsione, nella misura in cui è volta a tutelare la sicurezza dei consumatori (l'installazione dei prodotti in esame, deve essere effettuata, ai sensi della normativa europea e nazionale, da operatori abilitati in possesso di specifici requisiti) sembra essere giustificata dall'obiettivo di tutela citato, in quanto adottata in relazione alla vendita *online* di beni per i quali riveste particolare importanza l'aspetto della sicurezza.

**15.** Quanto all'ambito di applicazione e alla durata degli impegni, si osserva con favore che le parti non hanno previsto limiti temporali all'applicazione delle misure presentate<sup>4</sup>, il cui ambito di implementazione non sarà, peraltro, circoscritto al territorio nazionale, riguardando, infatti, l'intero territorio europeo, dove il gruppo opera in una posizione di rilievo.

## VIII. CONCLUSIONI

**16.** Alla luce di quanto esposto, gli impegni presentati dal gruppo MCZ appaiono idonei a far venire meno i profili anticoncorrenziali oggetto dell'istruttoria. Essi risultano, in particolare, in grado di favorire lo sviluppo concorrenziale del canale di distribuzione *online* e di ripristinare il confronto competitivo, soprattutto sui prezzi, fra i distributori dei prodotti del gruppo MCZ, a vantaggio in ultima analisi dei consumatori.

**17.** L'Autorità vigilerà sull'esecuzione degli impegni e si riserva di riaprire d'ufficio il procedimento ai fini e per gli effetti di quanto previsto dall'articolo 14-ter, commi 2 e 3, della legge n. 287/90

RITENUTO, quindi, che gli impegni presentati dal gruppo MCZ risultano idonei a far venire meno i profili anticoncorrenziali oggetto dell'istruttoria;

RITENUTO di disporre l'obbligatorietà degli impegni presentati dal gruppo MCZ ai sensi dell'articolo 14-ter, comma 1, della legge n. 287/90;

Tutto ciò premesso e considerato:

### DELIBERA

a) di rendere obbligatori per le società Zanette Group S.p.A., MCZ Group S.p.A. e Cadel S.r.l. gli impegni presentati, ai sensi dell'articolo 14-ter, comma 1, della Legge n. 287/90, nei termini sopra descritti e nella versione allegata al presente provvedimento di cui fanno parte integrante;

b) di chiudere il procedimento senza accertare l'infrazione, ai sensi dell'articolo 14-ter, comma 1, della Legge n. 287/90;

c) che le società Zanette Group S.p.A., MCZ Group S.p.A. e Cadel S.r.l. presentino all'Autorità, entro novanta giorni dalla notifica del presente provvedimento, una relazione sull'attuazione degli impegni assunti.

---

<sup>4</sup> [Fa eccezione, come sopra evidenziato, l'impegno consistente nel non raccomandare o consigliare prezzi di rivendita la cui applicazione è prevista per un periodo di due anni.]

Il presente provvedimento sarà notificato ai soggetti interessati e pubblicato nel Bollettino dell'Autorità Garante della Concorrenza e del Mercato.

Avverso il presente provvedimento può essere presentato ricorso al TAR del Lazio, ai sensi dell'articolo 135, comma 1, lettera b), del Codice del processo amministrativo (Decreto Legislativo 2 luglio 2010, n. 104), entro sessanta giorni dalla data di notificazione del provvedimento stesso, fatti salvi i maggiori termini di cui all'articolo 41, comma 5, del Codice del processo amministrativo, ovvero può essere proposto ricorso straordinario al Presidente della Repubblica, ai sensi dell'articolo 8, comma 2, del Decreto del Presidente della Repubblica 24 novembre 1971, n. 1199, entro il termine di centoventi giorni dalla data di notificazione del provvedimento stesso.

f.f. IL SEGRETARIO GENERALE  
*Serena Stella*

IL PRESIDENTE  
*Giovanni Pitruzzella*